Le magazine de la consommation responsable
nouveau CONSOMMATEUR
67 RUE GENERAL MICHEL AUDEOUD
83053 TOULON CEDEX



COSMÉTIQUE BIO DANS LA JUNGLE DES ÉTIQUETTES

Le marché des cosmétiques est tonique mais côté consommateur, est-ce si clair ? Comment ne pas se sentir désarçonné devant la multitude des labels et leurs particularités, devant les pourcentages d'ingrédients bio qui diffèrent d'un produit à l'autre... Sur les étiquettes, les informations s'amoncellent, mais n'éclairent pas toujours. Comment savoir, comment choisir ? Tous les cosmétiques bio se valent-ils, et sont-ils réellement bio ? Quelles garanties ? Mode d'emploi.

Par Patricia Riveccio

LA COSMÉTIQUE BIO SOUS TOUS SES LABELS

Un marché en plein essor

Le marché européen des cosmétiques bio continue son ascension avec des chiffres qui pourraient avoisiner cette année les deux milliards d'euros (Organic Monitor). Avec un chiffre d'affaires qui flirte avec les 210 millions d'euros en 2007 contre 150 millions d'euros en 2006, la France est pays où la cosmétique bio progresse le plus (+ 40%). Elle a pris place dans les rayons hygiène et beauté des grands magasins (Le Bon Marché, Monoprix…), des magasins spécialisés (Sephora, Marionnaud), des magasins naturels (Naturalia, Biocoop, Les Nouveaux Robinsons, La Vie Claire…). Les GMS (grandes et moyennes surfaces) s'en sont emparées via les MDD (marques de distribution), comme Carrefour qui a lancé, sous sa marque Carrefour Agir Bio, une gamme de produits cosmétiques certifiés Ecocert. Les cosmétiques bio ont aussi leurs magasins écrins (Nopeg, Naturalia Beauté Bio, Mademoiselle Bio, Florame…), leurs instituts (Phyt's), sans oublier leur présence sur Internet. Les marques traditionnelles, elles aussi, se mettent au bio (Clarins a racheté Kibio, Yves Rocher a sa gamme bio, Nuxe a Bio Beauté, L'Oréal a racheté Sanoflore et a sorti une gamme de gels douches et de déodorants bio chez Ushuaïa.

Il était une fois, un vide

Ce que l'on appelle communément les cosmétiques bio désigne une famille de produits contenant un maximum d'ingrédients naturels, issus du règne végétal comme les huiles d'olive, d'amande ou d'argan, le karité ou encore les extraits de fruits, les huiles essentielles et les eaux florales. Mais il était une fois un grand vide à l'origine de la cosmétique bio ! Aucune réglementation communautaire pour elle, les cosmétiques à la fois naturels et bio n'entrant pas dans le champ d'application du règlement européen relatif à la production et à l'étiquetage des produits biologiques.

C'est encore une fois l'initiative privée qui se charge d'écrire et de mettre en place un cahier des charges, comme ce fut le cas en agriculture pour le label AB. En France, Cosmébio et Ecocert, Soil en Angleterre, ICEA en Italie, BDIH en Allemagne, BioForum en Belgique… D'où une multiplication de cahiers des charges, comportant souvent des bases communes mais avec des nuances, parfois plusieurs dans un même pays. En attendant, difficile pour le consommateur de s'y retrouver car il n'y a pas que les cosmétiques européens, il y a ceux qui nous arrivent d'Australie, des Etats-Unis… Heureusement, le label Cosmos va réunir en 2011 les six plus importants labels européens et un jour prochain, on peut l'espérer, il n'y aura plus pléthore de petits logos sur un cosmétique bio… Un simple coup d'œil suffira pour savoir que le produit que l'on regarde est le bon, garanti bio, sans devoir scruter son étiquette, souvent à la loupe…

En attendant ce jour béni, les labels français et européens sont nombreux ! En voici ci-contre les principaux.



Cosmebio

Cette association née en 2002 sous l'initiative d'une dizaine de [illegible] de la cosmétique (elle regroupe aujourd'hui plus de 200 adhérents avec [illegible] 4 000 produits certifiés) a mis en place le référentiel des « Cosmétiques [illegible] giques et biologiques » en collaboration avec l'organisme certificateur [illegible] Transparent quant à la nature des ingrédients et des procédés de fabrication, ce référentiel, bien que largement perfectible, est un très bon label.

Ses garanties :

- 10 % du total du produit doit être bio (l'eau n'est pas certifiable en bio)
- 95 % du total du produit doit être naturel
- 95 % de ces ingrédients naturels végétaux doivent être bio.
- 5 % MAXI de produits de synthèse, qui sont encore indisponibles sous forme naturelle actuellement (ces ingrédients doivent répondre aux exigences d'une liste positive très restrictive excluant PEG, silicones, dérivés pétrochimiques, paraben…). Une liste positive de procédés de transformation autorisés (sensiblement identique aux procédés autorisés sous le label « Nature et Progrès »).
- Les emballages et suremballages doivent être biodégradables ou recyclables
- Le pourcentage d'ingrédients naturels et le pourcentage d'ingrédients bio sont clairement indiqués sur les packagings des produits certifiés portant les logos BIO.
- SANS : Tests sur animaux, parfums ni colorants de synthèse, conservateurs de synthèse comme les parabens ou le phénoxyéthanol), pétrochimie (paraffine, silicone, PEG), OGM (organismes génétiquement modifiés), traitements ionisants.
- Certifié : ce qui signifie un contrôle annuel (Ecocert ou Qualité France), un certificat produit par produit et non par marque.



Nature et Progrès

L'exigeante charte Nature et Progrès, créée en 1964 par une association de consommateurs et de professionnels, évolue au fur et à mesure des années.

Ses garanties :

- 100 % des ingrédients naturels végétaux et animaux doivent être bio.
Seuls les procédés de transformation physiques simples sont autorisés (broyage, filtration…)
- 0 % de produits de synthèse
- Les emballages et suremballages doivent être biodégradables ou recyclables
- SANS : tests sur animaux, matières premières d'origine animales, sauf : ceux produits naturellement s'ils sont issus de l'agriculture bio : Produits issus de la ruche (Miel, gelée royale, propolis et cire) – Produits lactés (lait, protéines de lait, petit lait, babeurre en poudre) – Ovo produits (œuf, poudre et extrait de jaune d'œuf) Lanoline sous condition d'absence de nickel 3, parfums ni colorants de synthèse, conservateurs de synthèse comme les parabens ou le phénoxyéthanol, pétrochimie (paraffine, silicone, PEG), OGM, traitements ionisants.
- Certifié : ce qui signifie un contrôle annuel, un certificat produit par produit et non par marque

Le magazine de la consommation responsable
nouveau CONSOMMATEUR
67 RUE GENERAL MICHEL AUDEOUD
83053 TOULON CEDEX

SEPT/OCT 10
Bimestriel

Surface approx. (cm²) : 3209

BDIH

Créé en 1951 en Allemagne, cette association professionnelle regroupe des entreprises pharmaceutiques et industrielles de santé et de diététique, ce cahier des charges a pris en compte les produits cosmétiques en 2001 avec Weleda, Logona et Dr Hauschka. Contrairement aux labels Cosmebio et Nature et Progrès, ce label s'articule sur une liste positive d'ingrédients autorisés constituée de 690 composants sélectionnés sur leur caractère naturel et/ou écologique. Ici, pas de pourcentage bio ou d'ingrédients naturels à respecter, ceux-ci étant systématiquement issus de la liste.

• Ses garanties : **des matières premières naturelles végétales et minérales, des bases lavantes et des émulsifiants d'origine végétale obtenues par hydrolyse, estérification.**

• SANS : **tests sur animaux, pétrochimie, % bio, colorants, parfums de synthèse, matières premières d'origine animale émulsifiants éthoxiliés, irradiation.**

• Certifié : **ce qui signifie un contrôle annuel, un certificat produit par produit et non par marque.**





NaTrue

C'est l'autre label dit « international », créé en 2009 par des fabricants européens : Weleda, Logona, Wala (Dr. Hauschka), Lavera.

Ses garanties :

• **95 % des substances naturelles d'origine végétale ou animale contenues dans le produit doivent être Bio, minimum 20 % de substances naturelles végétales ou animales non modifiées chimiquement, maximum 15 % de substances transformées d'origine naturelle soit 19 % mini de produits bio.**

• **Des emballages et suremballages devant être biodégradables ou recyclables.**

• **Natrue a opté pour un système de communication par étoiles : 1 étoile pour une cosmétique naturelle, 2 étoiles pour une cosmétique naturelle qui comporte un peu de bio et 3 étoiles pour un produit bio. Plus pratique pour le fabricant côté packaging, ce système, peu lisible par le consommateur, est contraire à la transparence exigée par le bio.**

• SANS : **parfums ni colorants de synthèse, conservateurs de synthèse comme les parabens ou le phénoxyéthanol, pétrochimie (paraffine, silicone, PEG), OGM, traitements ionisants.**

• Certifié : **contrôle annuel.**



Cosmos

C'est le label de la cosmétique bio européenne. Il a été mis en place par les six grands labels bio européens (représentant plus de 1000 fabricants de cosmétiques, fournissant plus de 11000 produits dans plus de 40 pays). Ce travail de longue haleine (les premières rencontres entre le BDIH et Cosmebio datent de 2001 et la première séance de travail de 2002, pour harmoniser les différents cahiers des charges, s'entendre sur de nouvelles exigences) sera en place dès 2011.

Ses garanties :

• **20 % du total du produit doit être bio (eau non comprise), sauf pour les lotions (10 % mini), 95% de des ingrédients certifiables transformés mécaniquement doivent être bio, seulement 30 % de ces ingrédients naturels transformés chimiquement doivent être bio : échéance sous 36 mois,**

• **0 % synthèse (les produits de synthèse ne sont pas autorisés dans le cahier des charges Cosmos). Toutefois, pendant la période de transition de 3 ans, afin de permettre aux fabricants d'adapter leurs formules et de trouver des solutions de remplacement, 2 % seront encore tolérés mais seuls quelques produits listés dans une annexe du cahier des charges Cosmos rentrent dans ces 2 %.**

• **Les emballages et suremballages doivent être biodégradables ou recyclables. Les eaux florales, certifiables en fonction de leur concentration : 1 litre/kg de plantes = 100 %, 2 litres/kg = 50 %, etc.**

• **Le pourcentage d'ingrédients naturels et le pourcentage d'ingrédients bio sont clairement indiqués sur tous les packagings des produits certifiés portant les logos bio.**

• **Introduction de nouvelles exigences écologiques pour les fournisseurs de matières premières (biodégradabilité, absence de toxicité aquatique, minimum de rendement de production.**

• SANS : **tests sur animaux, parfums ni colorants de synthèse, conservateurs de synthèse (exclusion totale) comme les parabens ou le phénoxyéthanol), pétrochimie (paraffine, silicone, PEG), OGM (organismes génétiquement modifiés), traitements ionisants.**

• Certifié : **ce qui signifie un contrôle annuel, un certificat produit par produit et non par marque.**

Entre conventionnel, naturel et bio

En cosmétique classique, les excipients, dont le but est de véhiculer les principes actifs, sont « inertes », c'est-à-dire sans actifs, et bon marché. Ce sont notamment les huiles minérales, issues de la pétrochimie, qui empêchent la peau de respirer, les huiles de silicone, synthétiques et difficilement biodégradables mais qui confèrent douceur et fluidité aux crèmes.

En cosmétique bio, les ingrédients utilisés sont non pas des reproductions de synthèse d'une molécule mais la structure originelle, avec des molécules actives qui interagissent entre elles. Ce qui explique des concentrations élevées en actifs et une efficacité particulièrement accrue. Tout, dans un cosmétique bio, est actif, du principe à l'excipient l'additif ! Leur conservation est le plus souvent assurée à l'aide d'un complexe de sels et d'acides (benzoate de sodium, sorbate de potassium [ces deux sels sont aussi autorisés dans l'alimentation biologique], acide déhydroacétique…) et/ou d'éthanol et/ou d'huiles essentielles.

La cosmétique naturelle : aucune réglementation n'existe pour le terme « naturel ». Dans l'appellation « naturel », vous pouvez trouver le pire comme le meilleur. Restent les preuves ! Et ce sont les certifications, avec leurs cahiers des charges et leurs contrôles, qui les apportent. Et rien qu'elles ! Le consommateur peut dorénavant faire la différence entre un produit naturel, un produit bio et un produit conventionnel (voir encadré « La cosmétique bio sous tous ses labels »).

Tendre au 100 % bio et à l'éco-conception

Les labels sont un réel gage de qualité pour le consommateur. Reste maintenant à différencier les marques qui ne décollent pas du pourcentage exigé par le label, qui stagnent à 11 ou 12 % et les autres, celles qui ont une démarche éthique, exigeante, qui vont toujours plus loin dans la recherche de qualité et donc des cahiers des charges et tendent aux 100 % bio et à l'éco-conception. Pour être cohérentes avec la philosophie bio, les marques doivent être sans cesse en quête d'amélioration pour réduire leur impact écologique. Une vraie démarche existe, et ce que ce que l'on croyait infaisable, comme le verre infini (voir page 32) ou le papier bagasse, devient possible. Aujourd'hui, la cosmétique bio est sortie du carcan classique du bio et se rapproche rapidement de l'offre des marques conventionnelles : technique, glamour avec un énorme plus, le souci de l'environnement. C'est cette exigence, ce pari fou du monde bio, partagé avec les consommateurs qui fait bouger les industriels, la cosmétique conventionnelle jouant de plus en plus la carte du sans paraben et des huiles végétales…

Qu'il achète un cosmétique bio ou un aliment bio, le consommateur doit toujours s'intéresser à celui qui le produit. Pourquoi le produit-il, avec quoi et comment ? C'est le prix de la beauté, de l'homme et de la terre.

Etiquette : comprendre les pourcentages

Exemple de composition d'une crème estampillée Cosmebio :

64,4 % d'eau
6,6 % d'ingrédients d'origine naturelle
28,6 % d'ingrédients végétaux dont 95,4 % sont issus de l'Agriculture Biologique
0,4 % de conservateur

La proportion d'ingrédients issus de l'Agriculture Biologique peut s'exprimer :

par rapport aux ingrédients végétaux : 95,4 %
par rapport à tous les ingrédients du produit hors eau : 76,7 %
par rapport à tous les ingrédients du produit : 27,3 %
Seul le dernier pourcentage bio est obligatoire sur l'emballage selon la mention : « 27,3 % du total des ingrédients sont issus de l'agriculture biologique »

COSMÉTIQUE CONVENTIONNELLE

Huiles et graisses minérales, sous-produits pétroliers (paraffine, vaseline) et de synthèse (silicone)

Dérivés pétroliers, synthèses chimiques

Conservateurs de synthèse
stabilisants (polymères synthétiques)
Humectants

Parfums synthétiques
Colorants synthétiques

Origine synthétique et/ou extraits végétaux en infime partie

Eau

- Excipients ou phase grasse
- Emulsionnants/Tensio-actifs
- Adjuvants
- Additifs
- Actifs
- Phase acqueuse



67 RUE GENERAL MICHEL AUDEOUD
83053 TOULON CEDEX

SEPT/OCT 10
Bimestriel

Surface approx. (cm²) : 3209

COSMÉTIQUE BIO

Huiles et graisses végétales (olive, argan, abricot...)

Dérivés de sucre, de matières premières végétales, transformés au moyen de réactions chimiques douces

Conservateurs naturels ou nature-like stabilisants naturels (dérivés de sucre, de céréales)
Humectants naturels

Parfums : huiles essentielles biologiques ou fragments d'huiles essentielles (isolats)
Colorants naturels

Origine naturelle

Eaux florales

+ de 90 % du total des ingrédients sont actifs

L'alcool, c'est avec modération

Des reproches ont été faits à certaines marques quant à leur utilisation de l'alcool comme conservateur, trop asséchant et irritant. C'est notamment le cas de Weleda. « *C'est vrai pour l'alcool biologique employé pur*, répond-on chez la marque allemande, *mais nous l'utilisons en petite quantité au milieu des huiles végétales, des cires, des beurres, rien que des corps gras. Les tests le démontrent, nos produits sont hydratants !* » Même discours chez Kibio qui utilise de l'alcool de blé bio : « *Quand on met 5 % d'alcool dans une formule, c'est le meilleur des conservateurs. L'alcool est volatile, quand vous l'appliquez sur la peau, déjà 90 % se sont évaporés et il ne provoque aucune réaction.* »

www.body-nature.fr • www.phyts.com • www.terredoc.com • www.kibio.com

QU'IMPORTE



IL N'Y A PAS DE BIO SI LE SOUCI DE L'EMBALLAGE EST ABSENT ! UNE CRÈME DE SOIN BIO DANS UN SUPERBE POT SYNTHÉTIQUE EST ANACHRONIQUE... L'IMAGINATION ET LES EFFORTS DE CERTAINS SONT À L'ORIGINE DE BELLES DÉCOUVERTES.

Si le cahier des charges précise quelques obligations en matière d'emballage, ils doivent notamment être conçus dans le respect de l'environnement et donc recyclables, il n'est pas non plus hyper restrictif ! « *Sont interdits les chlorures de polyvinyle, les polystyrènes, et les PVC, c'est-à-dire la chimie du chlore, hautement polluante,* explique Nadine Fabrega de chez Phyt's. A *noter que le chlore est interdit même dans les produits de nettoyage. Les contrôleurs Ecocert, qui font deux contrôles par an pendant deux jours sur le site, regardent les entrées, les sorties, les matières premières, les produits de nettoyage...* » Le label Cosmos a les mêmes exigences mais demande de réduire la quantité de matériaux utilisés, les suremballages. Un casse-tête d'étiquetage quand il faut respecter les mentions obligatoires (nom du fabriquant, l'adresse, les infos produits, la liste INCI ou nomenclature internationale des ingrédients cosmétiques), dans l'ordre décroissant, le numéro de lot, la durabilité avant et après ouverture, le poids, la fonction du produit, les précautions relatives à ce produit, l'origine...), apporter des informations claires au consommateur, les labels... Le tout avec une typographie raisonnable, qui ne demande pas l'usage d'une loupe, et, bien sûr, en polluant le moins possible ! Lorsque l'emballage ne suffit pas, une notice est jointe à l'intérieur.

Le Verre infini, innovation mondiale made in France

L'innovation est là, et dans le produit et dans la démarche. C'est ce que vient démontrer le premier projet industriel écoconçu par un collectif de cinq industriels français (SGD, leader mondial du flaconnage, VPI pour les bouchons et couvercles, Strand cosmetics formulateur, Wauters, imprimeur cartonnier certifié Imprim'vert, Extrême Paris, agence de de-

LE FLACON ?



sign), le projet Naya, premier soin écoconçu. L'innovation, mondiale, c'est le « Verre infini », un verre éco-responsable pour le monde de la parfumerie-cosmétique, qui illustre à merveille l'adage « *Rien ne se perd, tout se transforme* ». Composé exclusivement de calcin clair ménager (verre) et donc sans sable, sans calcaire, sans carbonate de soude, il est 100 % recyclé et 100 % recyclable. Les bénéfices écologiques ? Plus d'énergie économisée, moins de transport et donc moins de CO_2. Pour 1 000 flacons de 200 g, c'est une économie de 140 kg de sable, 200 kg de verre ménager recyclés, une diminution d'environ 15 % de rejet de CO_2 et une consommation d'énergie diminuée de 15 %. « *Si on passait en Verre infini, on économiserait 14 000 tonnes de sable et 8 000 tonnes de CO_2 pour une seule usine installée en France. Imaginez si tout un mouvement se créait et si l'ensemble de la filière, emballage carton, capsules, couvercles… se mettait à l'heure de l'environnement, l'empreinte environnementale serait fortement réduite et le consommateur, très satisfait…* » Ce flacon en verre pourrait même séduire la cosmétique conventionnelle, qui ne semble pas emballée par les bioplastiques, fabriqués à partir d'amidon de maïs, de fibres de bois… Et même si le vert est plus lourd, donc plus pénalisant pour le bilan carbone, c'est une sacrée trouvaille quand on pense que le marché mondial des flacons avoisine plusieurs milliards !







Autopsie d'un tube de rouge à lèvres Phyt's

Un tube de rouge à lèvres est constitué du « raisin », le produit, et du mécanisme sur lequel il est fixé. « *Nous avons choisi le « complètement biodégradable »*, explique Nadine Fabrega, directrice scientifique R & D des Laboratoires Phyt's, *c'est-à-dire que la totalité du support, mécanisme et capuchon, est en matière issue de l'amidon de maïs. Mais ce mécanisme est plus fragile qu'un mécanisme synthétique. C'est pourquoi nous mentionnons aux utilisatrices de garder le produit à température ambiante, cette matière première évoluant. Il faut éviter de laisser son tube de rouge à lèvres dans un sac dans une voiture en plein soleil.* »

Il faut suivre !

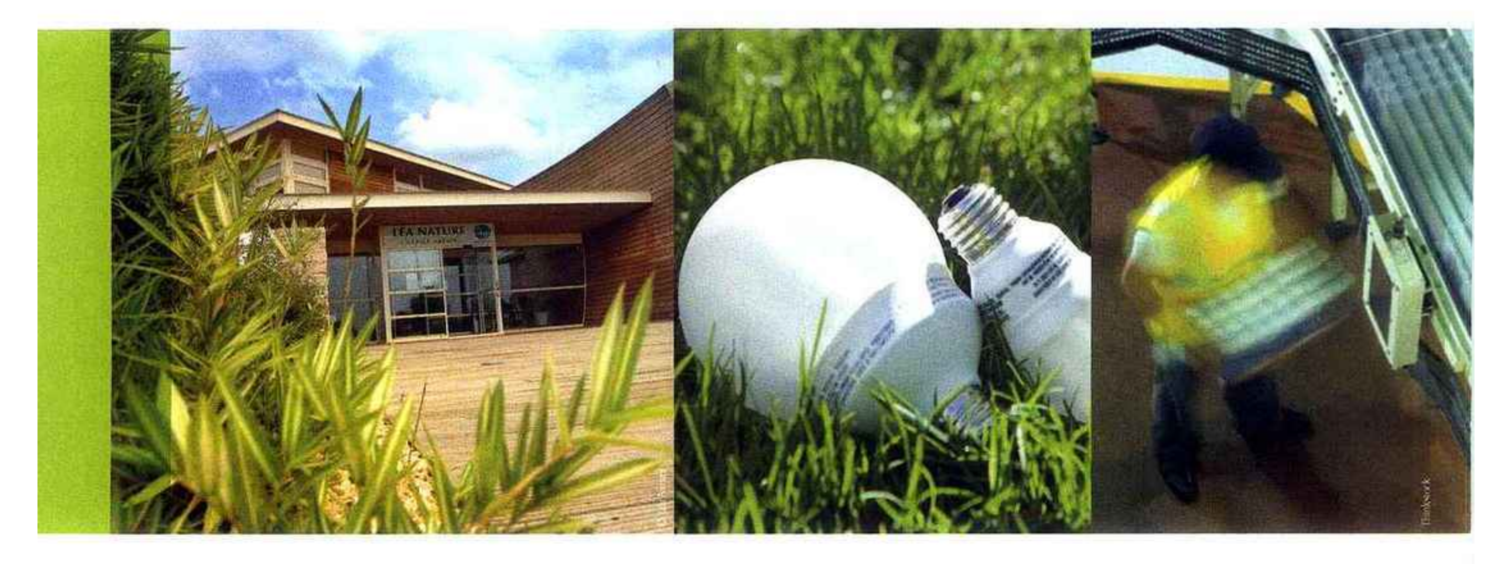
Reste aux marques la volonté d'adopter les dernières solutions en matière d'emballage environnemental. C'est Terre d'Oc qui a réagit la première. « *Nous avons beaucoup travaillé sur l'écoconception et l'idée du Verre infini nous a enchantés,* explique Audrey Guyot, responsable marketing de la marque. *Nous avons commercialisé rapidement les produits en verre infini avec un partenariat avec Saint-Gobain, en relookant notre collection de cosmétiques biologiques inspirés des femmes à travers le monde. Les étuis sont sans colle, imprimés sur des cartons FSC (Forest Stewardship Council, bois utilisé issu de forêts gérées durablement), avec des encres végétales, sans notice mais une impression à l'intérieur des étuis.* » La marque est allée encore plus loin dans la démarche en mettant en place dans sa nouvelle boutique parisienne de la rue des Abesses, un système de collecte de pots et flacons afin de les réinjecter dans la chaîne de fabrication pour de nouveaux flaconnages en verre infini… Une boucle illimitée !

Autre marque à adopter ce type de verre, Kibio. « *Nous sommes devenus partenaire pour lancer ce produit 100 % écoconçu,* explique Julie Wainberg, directrice marketing Kibio. *Pour notre crème Tendre Gommage, nous avons revisité tout notre packaging avec ce verre et un laquage hydro, et obtenu ainsi un beau produit, avec un couvercle en aluminium recyclé et 100 % recyclable. L'étui – tous les produits ne peuvent pas toujours s'en passer – est en forme de corolle et donc sans colle, avec une notice imprimée au verso. Nous utilisons des encres végétales et un papier PEFC (forêts gérées durablement), imprimés dans des imprimeries PrimVert, avec des présentoirs en papier bagasse, du papier sans arbres mais issus de rejets de canne à sucre, de lin ou de chanvre.* »


67 RUE GENERAL MICHEL AUDEOUD
83053 TOULON CEDEX

PAS DE BIO SANS DD

LE DÉVELOPPEMENT DURABLE EST INTÉGRÉ SYSTÉMATIQUEMENT DANS LA COSMÉTIQUE BIO. MAIS QU'EN EST-IL DES SOCIÉTÉS QUI FONT DE LA COSMÉTIQUE BIO ? ZOOM SUR QUELQUES ENTREPRISES FRANÇAISES QUI S'APPLIQUENT À ÉDIFIER LEUR PHILOSOPHIE VERTE.



Dans la nouvelle extension de son siège social (photo), soit 2 200 m² réservés aux services R & D, le groupe Léa Nature, entreprise familiale créée en 1993 par Charles Kloboukoff, et pionnière de la cosmétique écologique, biologique et bio équitable (Bio Sûr, So'Bio étic, Mon petit bio, Floressance...), en grande distribution, a adopté les dernières trouvailles en matière d'environnement. En matière d'électricité tout d'abord avec des lampes dimmables, c'est-à-dire compatibles avec les variateurs disponibles sur le marché. Cela permet de ne pas faire fonctionner la lampe à 100 % de sa capacité lorsque cela n'est pas nécessaire, donc de réaliser plus d'économie tout en accentuant sa durée de vie et en réduisant l'émission de chaleur. Autre innovation, le remplacement, au fur et à mesure des besoins, du parc informatique par des ordinateurs biodégradables, mis au point par une jeune société française, Ashelvea, basée dans le Tarn. L'entreprise s'est engagée, depuis sa création, dans la protection de la planète avec ses gammes de produits bio, son soutien aux associations environnementales à travers le Club 1 % pour la planète, et un cadre de travail écologique. Sur son site, Léa Nature utilise déjà quatre types d'énergie renouvelable : le solaire thermique sur l'ensemble du site pour fournir les besoins en eau chaude des bureaux et laboratoires, le solaire photovoltaïque qui fournissent 45 % des besoins de fonctionnement de l'entreprise logistique, l'aérothermie et la géothermie par le biais d'un puits canadien pour assurer une température ambiante de 15 °C toute l'année dans l'entrepôt de 50 000 m².

Chez Phyt's, on étudie des projets pour réduire la consommation d'énergie. Ici, pas de panneaux solaires, ils ne sont pas autorisés, site classé oblige ! L'entreprise travaille avec une association qui permet la réinsertion de personnes en difficultés qui travaillent sur la valorisation des déchets.

Autre exemple, celui de Body Nature, un laboratoire né en 1972 en Poitou-Charentes qui vend à domicile via de véritables « rendez-vous pour la planète ». Labellisé « Entreprise de croissance » pour les exercices 2006 et 2007, il achève son ambitieux projet immobilier « Cyprès », l'usine de production de cosmétiques la plus écologique au monde ! Un formidable pari entrepris par une jeune équipe pleine d'idées... et d'audace. Cette nouvelle unité, dédiée au stockage, à la production et au conditionnement abritera également le Laboratoire de recherche et développement/qualité. Toiture végétalisée, structure conçue avec des biomatériaux, énergies renouvelables (solaire, chauffage par biomasse), une toiture en Shed pour un bon éclairage naturel, le tout au milieu des cultures de plantes en biodynamie... Le financement même est cohérent puisque la banque Nef est leader du financement solidaire...

en savoir plus

www.leanature.com
www.phyts.com
www.body-nature.fr